



**TINE**

2023



# TINE og jordbruksforhandlingene

I kraft av rollen som markedsregulator gir TINE årlig innspill til jordbrukets forhandlingsutvalg med vurderinger av markedssituasjonen. TINE forventes å gi anbefalinger om prisendringer og andre tiltak som sikrer en balansert utvikling av tilgang på og etterspørsel etter melk. TINE skal også fremme våre medlemmers interesser inn mot jordbruksforhandlingene. Det er styret i TINE som gir innspillet til faglagene, og så er det faglagene som forhandler med staten på vegne av norske bønder.

Produsentlagene inviteres til å komme med innspill før styrets behandling. **Frist for innspill er 9. januar 2023.** Produsentlagene velger selv arbeidsform. Be gjerne medlemssjefen sette opp et Teamsmøte der AU i produsentlaget behandler saken hvis det ikke allerede er avtalt et møte. Innspillene fra produsentlagene i denne Formsens <https://forms.office.com/e/sV8NnNSb67>. Enkeltmedlemmer kan gi sin kommentar på [medlem.tine.no](https://medlem.tine.no)



# Forbrukere og forbruksmønstre i endring

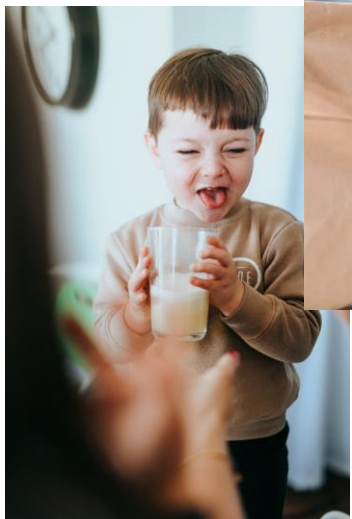


**Befolkningsutviklingen** i Norge fremover preges av lavere fruktbarhet og aldrende befolkning, der innvandringen sikrer vekst i folketallet. Norge er et høytillitsland der innbyggerne har både tillit til offentlige myndigheter og institusjoner og hverandre. Urbaniseringen og sentraliseringen fortsetter, og befolkningsveksten vil konsentrere seg i og rundt de store byene og tettstedene i landet. Trangere og tettere boforhold vil akselerere behovet for enda større 'tjenestifisering', forenkling, optimalisering og bruk av sirkulære og bærekraftige løsninger i en delings- og bytteøkonomi. Dyrevelferd som et aspekt i miljømessig bærekraft har blitt viktigere for forbrukere.

Norske forbrukere står i 2022 i den største **krisen** siden slutten av 1980-tallet. Eftervirkningene fra Covid-pandemien, Russlands krig i Ukraina, økende råvare-, matvare-, bensin- og strømpriser samt boligrenter sender forbrukertilliten til et historisk lavt nivå. Folk flest har innsett at deres egen privatøkonomi i 2023 vil bli dårligere enn i 2022. I slike krisetider utsettes større innkjøp og forbrukerne blir mer bevisste på valgene de tar - for varer og tjenester de kjøper må prisen stå i forhold til verdien varen eller tjenesten gir. For mat- og drikkeprodukter ligger denne verdien både i å levere på grunnbehovet for næring, men også i stor grad i å levere på emosjonelle behov som kos, trøst, belønning, energi mm. Disse behovene er en del av helse- og sunnhetsoppfatningen som i stadig større grad defineres av den enkelte forbruker.

**Mat- og måltidsmønsteret** fortsetter endringsreisen fra 3 store til **flere mindre måltider** gjennom dagen, både på grunn av tilpasningene nordmenn har måttet gjøre under pandemien, og på grunn av endringer i demografien - det har aldri vært flere singelhusholdninger enn nå. Som før pandemien fortsetter trenden om å droppe **frokosten** i tradisjonell forstand hjemme, men frokostlevering på døra øker. Flere **lunsjer og middager** enn før pandemien spises hjemme på grunn av fleksible og hybridløsninger på arbeidsplasser i enkelte sektorer. Behovet for forenkling og mer variasjon og smak manifesterer seg også i en stor økning av mat kjøpt på restaurant, men spist hjemme: 2 av 5 nordmenn spiser take away mat minst en gang i måneden. I de store byene vokser også bruken av tjenester som leverer ferdig varmmat og andre dagligvarer rett hjem til forbrukeren. Italiensk mat har blitt forbrukerfavoritten foran tradisjonell norsk mat, men også amerikansk, meksikansk og asiatisk mat øker. Selv med en mer sammensatt matportefølje ønsker nordmenn i større grad enn før mat som er produsert i Norge og merkeordninger hjelper forbrukeren med å navigere mellom alternativer i butikken.

**Per capita-forbruket av melk** har gradvis blitt halvert siden 1990. Melkens relevans i et moderne kosthold utfordres, selv om melk fortsatt har høy ukentlig bruksfrekvens (75% av befolkningen). Årsaken til fallet er sammensatt og innsikten viser at melk ikke lenger oppleves som like viktig, at melk er sunt og bra, men ikke noe man faktisk trenger- spesielt gitt mangfoldet av drikkealternativer. Funnene peker også på sterk vridning i bruken av melk; melk i mat og som ingrediens er en like stor anledning som drikke. Nedgang i søtmelksvolumet knytter seg først og fremst til drikkesituasjonen og forklarer 90% av nedgangen. Smaksatt melk vokser, men klarer ikke å kompensere for fallet i søtmelkskonsumet.



## Volumtallene går ned som følge av normalisering etter pandemien

- Forbruket av meieriprodukter ble i 2020 og 2021 ble sterkt påvirket av Covid-19. Etter normaliseringen av samfunnet i 1. kvartal 2022 ser vi en gjennomgående og markert nedgang i forbruk. Det ser ikke ut til at forbrukerne tar med seg sine endrede vaner inn i en tid uten restriksjoner. Det antas at hovedårsakene til dette er:
  - Åpne grenser og grensehandelen har økt mot vanlig nivå
  - Flere har igjen begynt å ta ferien i utlandet
  - Redusert bruk av hjemmekontor og generelt større mobilitet blant folk har ført til færre måltider hjemme
  - Nedgang i baking og hjemmelaget mat fra bunnen
  - Storhusholdning av ikke tatt igjen hele nedgangen fra pandemien
- For melk har nedgangen vært størst i 1. kvartal, mens ost har hatt klart størst nedgang i 3. kvartal
- Alle meieriprodukter hadde nedgang i årets første ni måneder sammenlignet med samme periode i 2021. Størst var nedgangen på norskprodusert fløte, ost og melk. Minst nedgang var det på norskprodusert smør.
- Sammenlignet med de ni første månedene i «normalåret» 2019 har det vært økning for ost og yoghurt, men nedgang for melk, rømme, fløte og smør

# Oppsummering av markedstall 3. kvartal 2022 - melk

- Søtmeik med smak har hatt en vesentlig økning de senere årene. I de tre første kvartalene av 2022 fortsatte økningen med en volumøkning på 6,3 % i norskprodusert søtmeik med smak og en økning i per capita forbruk på 5,5 %. Tar vi med importerte produkter er økningen i volum 7,1 %.
- Sammenligner vi med tilsvarende periode i «normalåret» 2019 er økning i volum for søtmeik med smak hele 26,9 %. Det er innovasjoner innen kategorien som er årsak til den store økningen. Det er de senere årene utviklet varianter med lite eller ikke tilsatt sukker som fører til at søtmeik med smak går fra å være først og fremst koseprodukter til produkter en kan tillate seg å drikke oftere
- Syrnet melk naturell har hatt en volumnedgang på 6,7 % årets tre første kvartal. Det tilsvarer en reduksjon på 7,4 % per person.
- Norskprodusert syrnet melk med smak hadde de ni første månedene av 2022 en økning i volum på 1,5 %. Det tilsvarer 0,7 % per person. Sammenligner vi det med 2019 er volumøkningen 3,1 %.

Kilde: melk.no

# Utvikling melkevarianter

## Per capita YTD 3. kvartal (Q1 + Q2 + Q3) 2019 - 2022

YTD = Year To Date

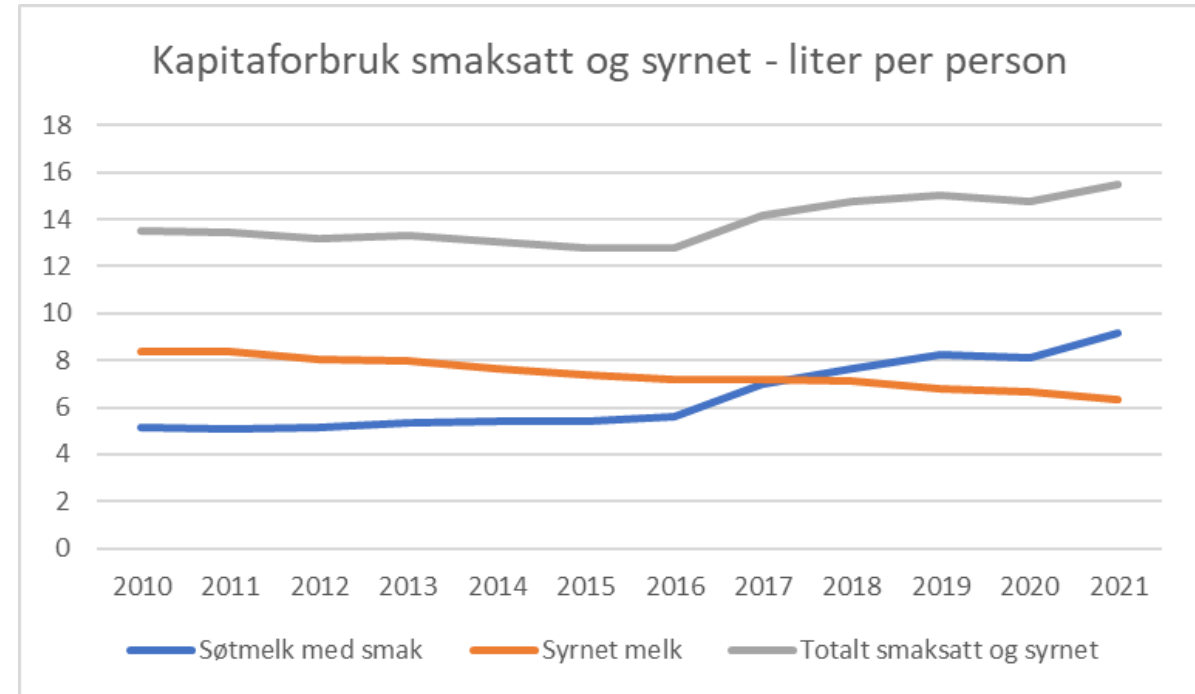
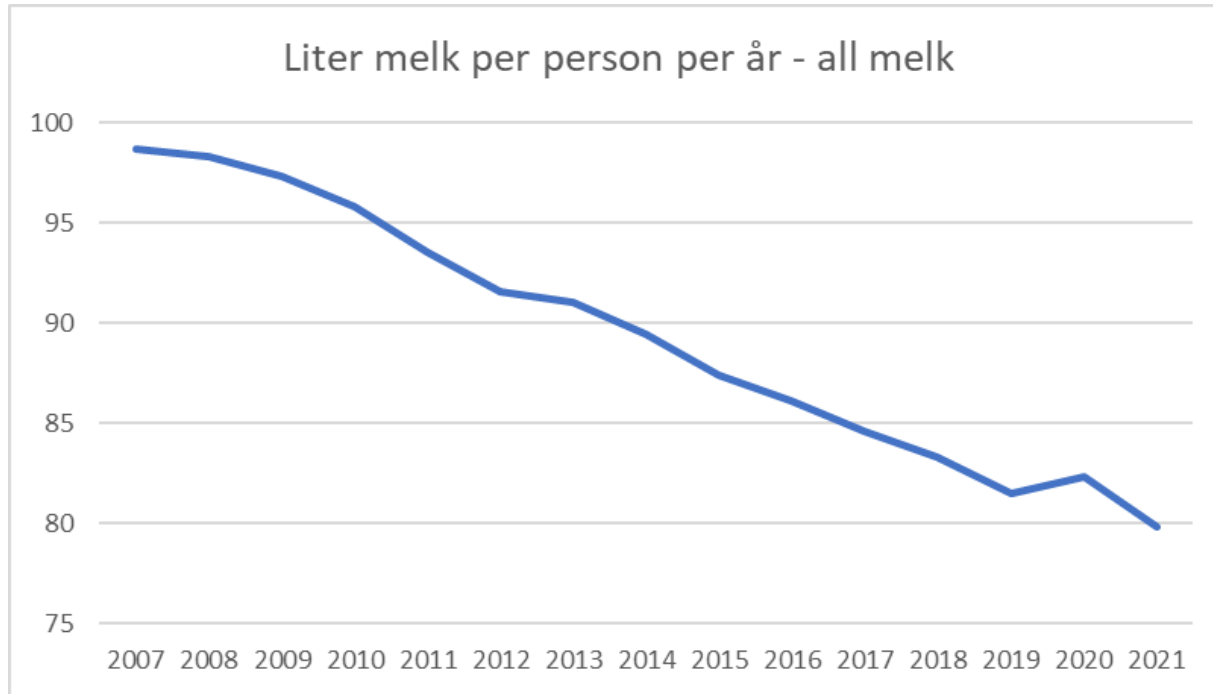
			Per capita 2019 4)	Per capita 2020 4)	Endring 2019 – 2020	Per capita 2021 4)	Endring 2020 – 2021	Per capita 2022 4)	Endring 2021 – 2022	Endring 2019 - 2022
Helmelk (3,5-4,0 % fett)	1)	Liter	9,43	9,75	+ 3,4 %	9,76	+ 0,1 %	9,58	- 1,8 %	+ 1,6 %
Lettmelk (1,0 – 1,5 % fett)	1)	Liter	20,30	19,72	- 2,9 %	18,20	- 7,7 %	16,26	- 10,7 %	- 19,9 %
Lettmelk (0,5-0,7 % fett)	1) 2)	Liter	15,18	16,16	+ 6,5 %	16,18	+ 0,1 %	14,81	- 8,5 %	- 2,4 %
Skummet melk (0,1 % fett)	1)	Liter	4,48	4,37	- 2,5 %	4,13	- 5,6 %	3,69	- 10,4 %	- 17,6 %
<b>Total søtmelk uten smak</b>	1)	Liter	<b>49,39</b>	<b>50,00</b>	<b>+ 1,2 %</b>	<b>48,27</b>	<b>- 3,5 %</b>	<b>44,34</b>	<b>- 8,1 %</b>	<b>- 10,2 %</b>
Søtmelk med smak <u>uten</u> import	1) 3)	Liter	5,20	5,29	+ 1,7 %	6,14	+ 16,1 %	6,47	+ 5,5 %	+ 24,4 %
Søtmelk med smak <u>inkl.</u> import	1) 3)	Liter	6,15	6,07	- 1,3 %	6,84	+ 12,8 %	7,28	+ 6,3 %	+ 18,4 %
Syrnet melk uten smak (naturell)	1)	Liter	2,80	2,82	+ 0,7 %	2,52	- 10,4 %	2,34	- 7,4 %	- 16,4 %
Syrnet melk med smak <u>uten</u> import	1)	Liter	2,24	2,20	- 2,0 %	2,25	+ 2,5 %	2,27	+ 0,7 %	+ 1,3 %
Syrnet melk med smak <u>inkl.</u> import	1)	Liter	2,27	2,22	- 2,4 %	2,26	+ 2,0 %	2,27	+ 0,3 %	+/- 0 %
<b>Totalt melk <u>uten</u> import</b>	1)	Liter	<b>59,63</b>	<b>60,30</b>	<b>+ 1,1 %</b>	<b>59,19</b>	<b>- 1,8 %</b>	<b>55,42</b>	<b>- 6,4 %</b>	<b>- 7,1 %</b>
<b>Totalt melk <u>inkl.</u> import</b>	1)	Liter	<b>60,60</b>	<b>61,10</b>	<b>+ 0,8 %</b>	<b>59,90</b>	<b>- 2,0 %</b>	<b>56,23</b>	<b>- 6,1 %</b>	<b>- 7,2 %</b>



- 1) Inkluderer alle distribusjonskanaler minus industri
- 2) Tidligere Ekstra lett melk (grønn kartong)
- 3) Inkluderer blandingsprodukt med minimum 60 % melkeandel (som iskaffe)
- 4) Liter per innbygger 0 år+ (SSB)

Kilde: Opplysningskontoret for Meieriprodukter (Melk.no)

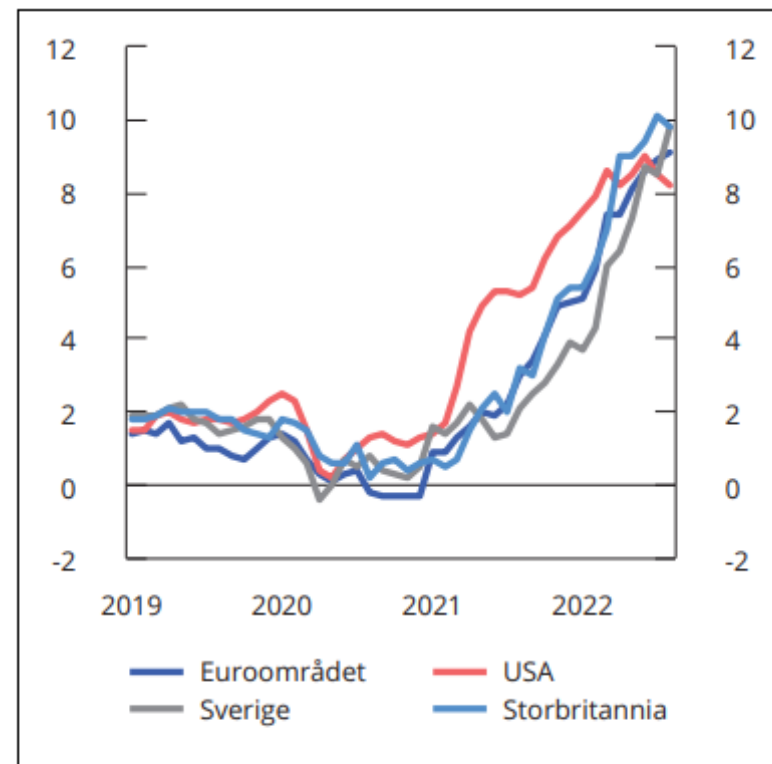
# Utvikling i forbruk



# Utviklingen i økonomien

Omtales i nasjonalbudsjettet for 2023:

- Prisvekst
- Renteøkninger
- Usikkerhet om fremtidige inntekter fra petroleumsaktivitet
- Usikkerhet i forhold til utvikling i Ukraina og utgifter til flyktninger
- Usikkerhet i forhold til utviklingen hos våre handelspartnere
- Betydelige fremtidige kostnader til beredskap, forsvar og sikkerhet

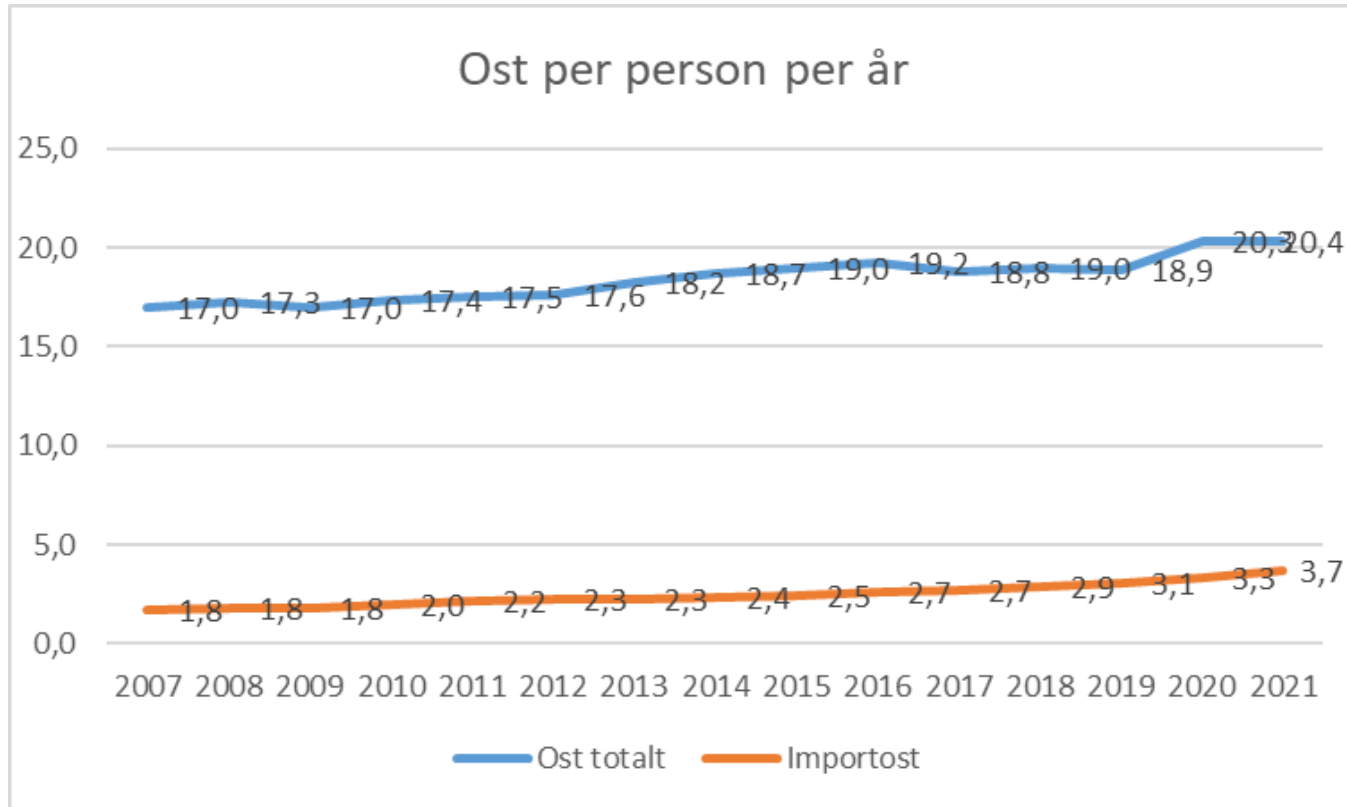


Figur 2.12 Inflasjon. 12-månedersvekst i konsumprisindeks. Prosent

Kilde: Macrobond.



# Forbruk og import av ost



Forbruk av ost pr person var høyt og også svakt økende gjennom hele pandemien. Veksten i osteimporten var høyere enn forbruksveksten.

Litt over 18 prosent av osten vi spiser er importert. Andelen importert ost har vokst jevnt. I 2007 var andelen 10 prosent, 13 prosent i 2015 og 16 prosent i 2019.

Per første halvår 2022 har både osteforbruket og importen gått noe ned. Nedgangen i norsk ost har imidlertid vært større enn totalnedgangen. Det vil si at importens andel fortsetter å vokse.

# Importvern



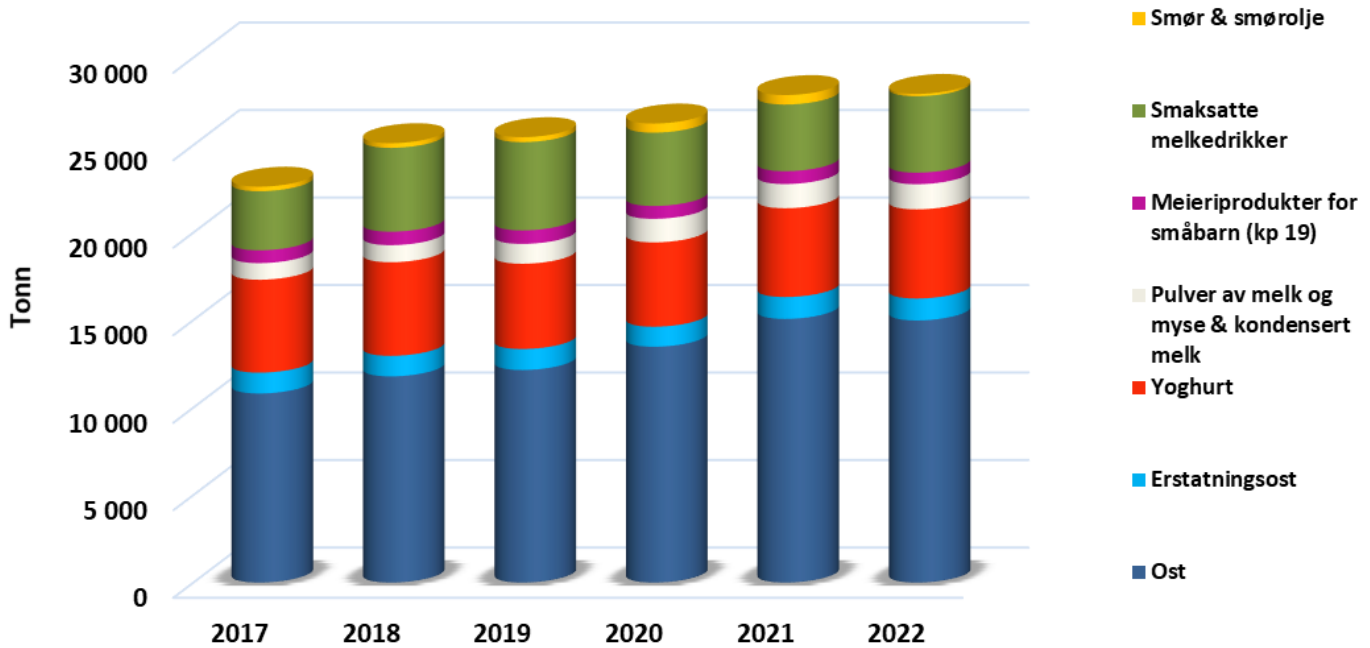
Norge har et godt importvern for mange sentrale landbruksvarer.

Det er flere forhold som gjør at en del landbruksvarer likevel har tollsatser som gjør det interessant for aktører å importere til Norge:

- Det er gitt kvoter med redusert eller 0-toll for varen
- Prisutviklingen i Norge på varen har vært høyere enn i land det er aktuelt å importere fra, for eksempel Sverige, Danmark eller andre EU-land. Importvernet for varen har derfor blitt svekket over tid.
- Bearbejdede varer (også kalt Protokoll 3/RÅK-varer) har gjennomgående lavere tollsatser. Smaksatt melk og yoghurt er eksempler.
- Eller en kombinasjon av forholdene over.

# Importutvikling for viktige meierikategorier

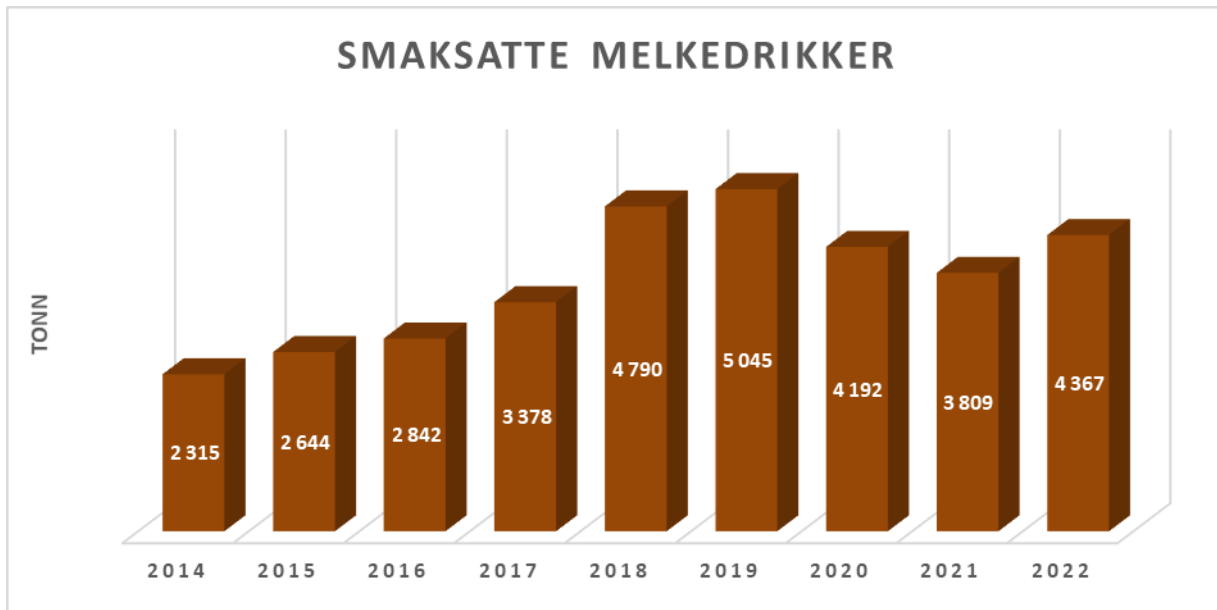
## Tall for 3. kvartal



- Figuren viser utviklingen i importen for de mest sentrale meieriproduktene;
- Importen av ost har hatt en liten nedgang (blå)
  - Yoghurtimporten er stabil (rød)
  - Importen av kondensert melk og skummetmelkpulver skyldes trolig høye priser i verdensmarkedet (hvit)
  - Smørimporten (gult) er redusert, det skyldes trolig unormalt høye verdensmarkedspriser slik at norsk smør har vært konkurransedyktig.
  - Meieriprodukter for små barn er hovedsakelig morsmelkerstatning o.l.
  - Smaksatt melk: Økt import (grønn)

# Post korona: Importen av smaksatte melkedrikker øker igjen

Smaksatte melkedrikker inkluderer sjokolademelk, iskaffe, proteindrikker, næringsdrikker etc.



Økt import: +15 %

- Importmønsteret tyder på en koronaeffekt. Mye av importen er i form av smådrikker. Mindre folk på farten ga redusert salg fra kiosker etc.
- 43 % av importen kommer fra Danmark
- 29 % kommer fra Tyskland



# Mulighet for import og eksport

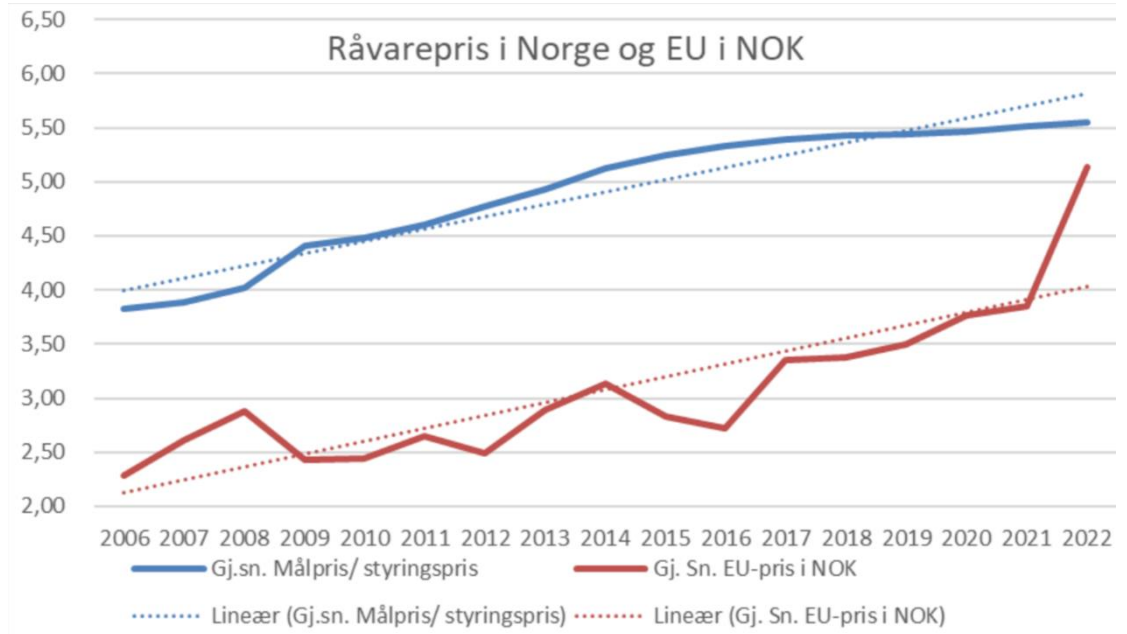
Veksten i import viser tydelig at norske meieriprodukter må være konkurransedyktige i møtet med andre lands meieriprodukter. Det gjelder både i Norge og ved eksport.

En høy råvarepris er bra for bonden, men reduserer den norske melkas konkurransekraft. Det må nødvendigvis oppveies med volumbegrensninger, som forsterkes av økende import.

Råvareprisen påvirkes både av målpris og av satsene i prisutjevningsordningen for melk (PU). For satsene i PU er melkeanvendelsen viktig. I perioden med covid-19 har kostholdet endret seg noe, bl.a. har forbruket av drikkemelk økt. Det forventes ikke å være en varig økning, men på kort sikt har endringen ført til at de fleste melkeanvendelser har kunnet få noe lavere avgift/høyere tilskudd. Det tilsier lavere netto råvarepris.

**Til diskusjon:**

- Hvordan kan avtalepartene bidra til å styrke konkurransekraften for norsk melk?



Figuren viser gjennomsnittlig pris på rå melk i EU, omregnet til kroner og sammenliknet med den norske målprisen. Internasjonal melkepris har økt betydelig og var i november på kr 6,09

# Politiske mål og virkemidler

Politikerne mener formålet til jordbruket er å skaffe til veie nok og trygg mat til egen befolkning gjennom å produsere mat på en bærekraftig, rasjonell og ressurseffektiv måte

*Stortingets vedtatte målstruktur for jordbrukspolitikken, med 4 hovedmål og 17 delmål.*

Matsikkerhet og beredskap	Landbruk over hele landet	Økt verdiskaping	Bærekraftig landbruk med lavere utslipp av klimagasser
Sikre forbrukerne trygg mat	Sikre bruk av jord- og beiteressursene	Utnytte markedsbaserte produksjonsmuligheter	Redusere forurensingen og utslippene av klimagasser, økt lagring av karbon og klimatilpasning
Økt matvareberedskap	Sikre mulighetene for bosetting og sysselsetting	Sikre en konkurransedyktig og kostnadseffektiv verdikjede for mat med en jevnere maktfordeling	Bærekraftig bruk og et sterkt vern av landbrukets areal (jordvern) og ressursgrunnlag
God dyre- og plantehelse	Et mangfoldig landbruk med en variert bruksstruktur og geografisk produksjonsfordeling	Sikre en effektiv og lønnsom utnyttelse av gårdens samlede ressurser	Sikre kulturlandskapet og naturmangfoldet
Satse på avl, forskning og utdanning for å øke bruken av de biologiske ressursene	Sikre rekrutteringen	Videreutvikle Norge som matnasjon	God dyrevelferd
		Sikre bondens inntekter og evne til å investere i gården	

## Til diskusjon:

- Hvilke virkemidler trenger vi, og hvordan belønner vi mjølkebøndene som leverer godt på de landbrukspolitiske målene?

Kilde: LANDBRUKSPOLITIKK - ET  
OPPLÆRINGSHEFTE FRA NORGES BONDELAG  
2020



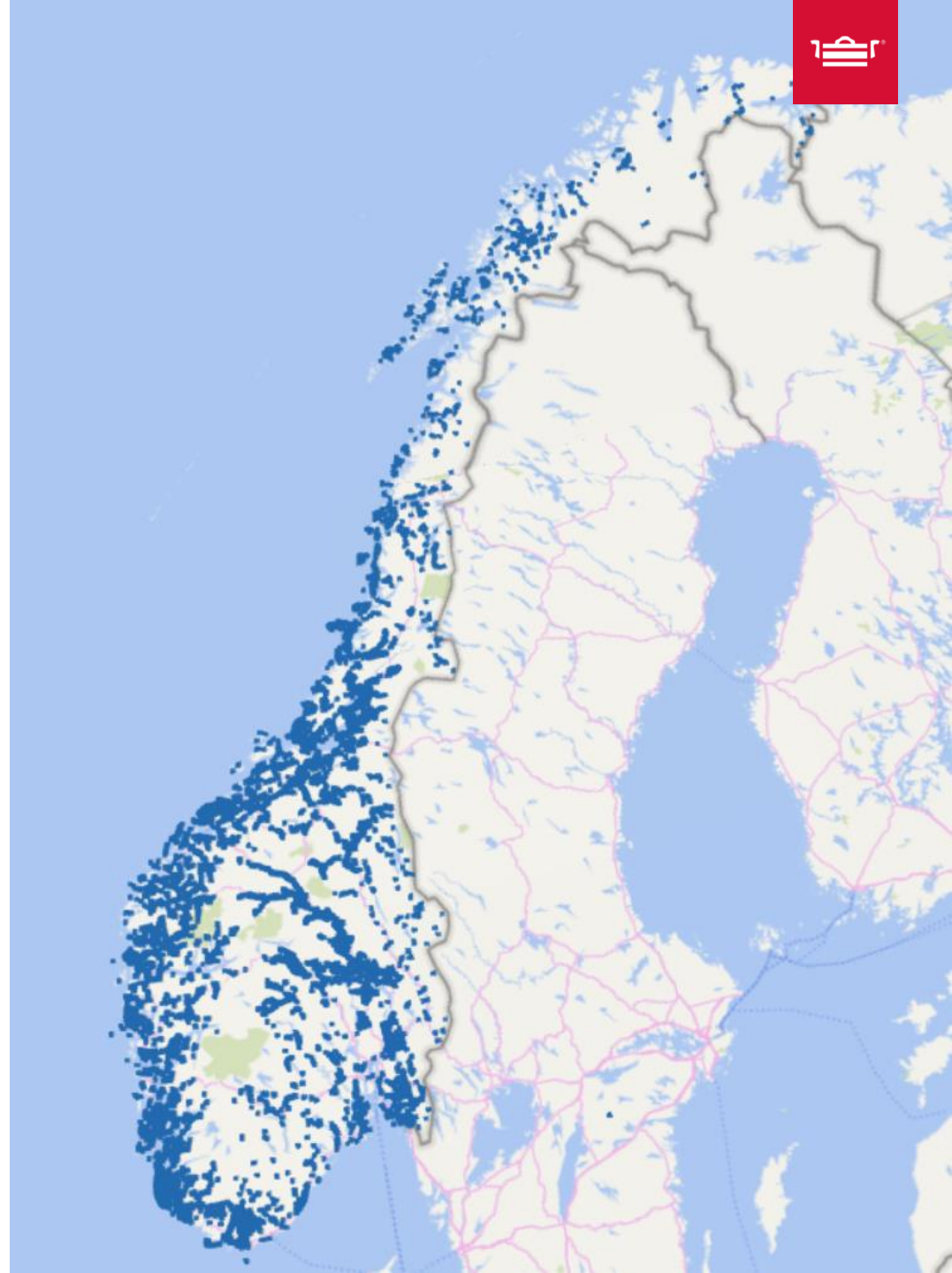
# Prisutjevningsordningen (PU)

- Skal sikre målpris og bonden lik pris for melka uavhengig av:
  - Geografi
  - Meieri
  - Anvendelse
- Henting koster mer i nord og i grisgrendte strøk
- Én liter melk i butikken = én liter melk
- Én kilo ost i butikken = 10 liter melk

Forvaltes av Landbruksdirektoratet

Konkurransenøytral (i utgangspunktet)

Selvfinansierende



# PU er 100% selvfinansierende uten statlige tilskudd og aktørnøytral bortsett fra de konkurransevridende tilskuddene

Aktørnøytrale ordninger:

- Avgift på melk og fløte til drikkemelk, fløte/rømme og myse til brunost
- Tilskudd til industrianvendelser, smør og ost til dagligvare
- Tilskudd til innfrakt (frakt fra bonde til meieri)

Inntektene i prisutjevningsordningen – budsjett 2022/2023

Til dagligvare:	Kr. pr. liter råvare	Mill. kr. totalt
Drikkemelk	2,05	804,7
Fløte/rømmeprodukter	13,52	409,1
Brunost/mysost	2,17	121,0

Kostnadene i prisutjevningsordningen – budsjett 2022/2023

	Kr. pr. liter råvare	Mill. kr. totalt
Ost til dagligvare	0,19	122,4
Industriprodukter	0,80	227,9
Innfrakt		474,7
Konkurransepolitiske tilskudd		216,3





# Konkurransopolitiske tilskudd vrir konkurransen og påvirker norsk melks konkurransekraft

I PU brukes det også midler på å subsidiere utvalgte meieriaktører, såkalte konkurransepolitiske tilskudd. I inneværende jordbruksavtaleår har Landbruksdirektoratet budsjettet med 216,3 millioner kroner til konkurransepolitiske tilskudd. Det tilsvarer nesten 15 øre/liter melk. Disse midlene vrir i dag konkurransen mellom norske aktører. Det sees særlig tydelig på drikkemelk, hvor aktører som mottar konkurransepolitiske tilskudd har betydelige andeler, og særlig i de befolkningstette områdene av landet hvor det koster minst å forsyne butikkene.

Gevinsten ved de konkurransepolitiske tilskuddene tilfaller mottakerne og forbrukere i områder hvor mottakerne er tydelig tilstede. Kostnaden bæres av bønder i tillegg til forbrukere som i mindre grad har mulighet til å handle subsidierte produkter.

Alternativt kunne midlene blitt brukt til å

- Styrke den norske melkens konkurransekraft, noe som ville kommet forbrukere over hele landet til gode på den samme måten
- Økning i målprisen
- En kombinasjon.

Det arbeides for å fjerne eller få redusert de konkurransepolitiske tilskuddene.

	2019*
Tine	
Q-meieriene	139,9
Synnøve Finden	31,9
Normilk	
Rørosmeieriet	10,4
Lillehammer Ysteri	
Lillehammer Ysteri NY/Urtehaven	0,0
Kraft Foods/Mondelez	0,6
Aksut/Cheese Co	0,0
Valdresmeieriet	0,1
<b>Sum</b>	<b>182,9</b>

\* Foreløpige tall  
Kilde: Landbruksdirektoratet

# Over 2 mrd. totalt og 216 mill. kroner i inneværende jordbruksavtaleår i konkurransepolitiske tilskudd



## Distribusjonstilskuddet fra 2003

Opprinnelig planlagt nedtrappet over tid

- Først til Q-meieriene fordi det ikke fantes gode alternativer til Landbrukets

Ferskvaredistribusjon for distribusjon ferske produkter

- I dag til alle med flytende, hvite produkter
- Dagligvarekjedene distribuerer – i hovedsak til tett befolkede deler av landet

**Forutsetningene er helt andre enn i 2003 og ordningen bør ut av PU**

(50 øre/liter)

## Det generelle tilskuddet fra 2008

- Til aktører som hadde dårlig lønnsomhet
- Til grunn lå det en antagelse om at råvarepris til bonde bestod av en avkastningsdel fra TINE
  - Rimelig antagelse i lys av at målprisen tidligere også ble justert etter TINEs lønnsomhet

**Både lønnsomhet og forutsetningen for målprisen er helt andre i dag og ordningen bør ut av PU**

(27 øre/liter)

## Kapitaltilskuddet til meierier med egne bønder fra 2004

- For at det skal være mulig å erstatte TINEs etterbetaling og samtidig utbetale overskudd til egne eiere
- Beregnes som gjennomsnitt av TINEs etterbetaling de tre siste årene + 5 øre
- Mer konkurranse (også fra import og andre produkter) fjerner behov for ordningen.

**Konkurransesituasjonen er en helt annen i dag og ordningen bør ut av PU**

(77 øre/liter)

# Inntransportutjevning



Prisutjevningsordningens har tre inntektskilder: konsummelk og fløte til dagligvare og myse til brunost. Av disse er konsummelk den viktigste.

Fallet i forbruket av konsummelk og konkurransen fra importerte meieriprodukter og alternativer til melkeprodukter, legger et betydelig press på prisutjevningsordningen.

Den største enkeltstående utgiften i prisutjevningsordningen er inntransporttilskuddet. I årets jordbruksavtaleår er budsjettet til inntransportsdekningen 474,7 mill kr.

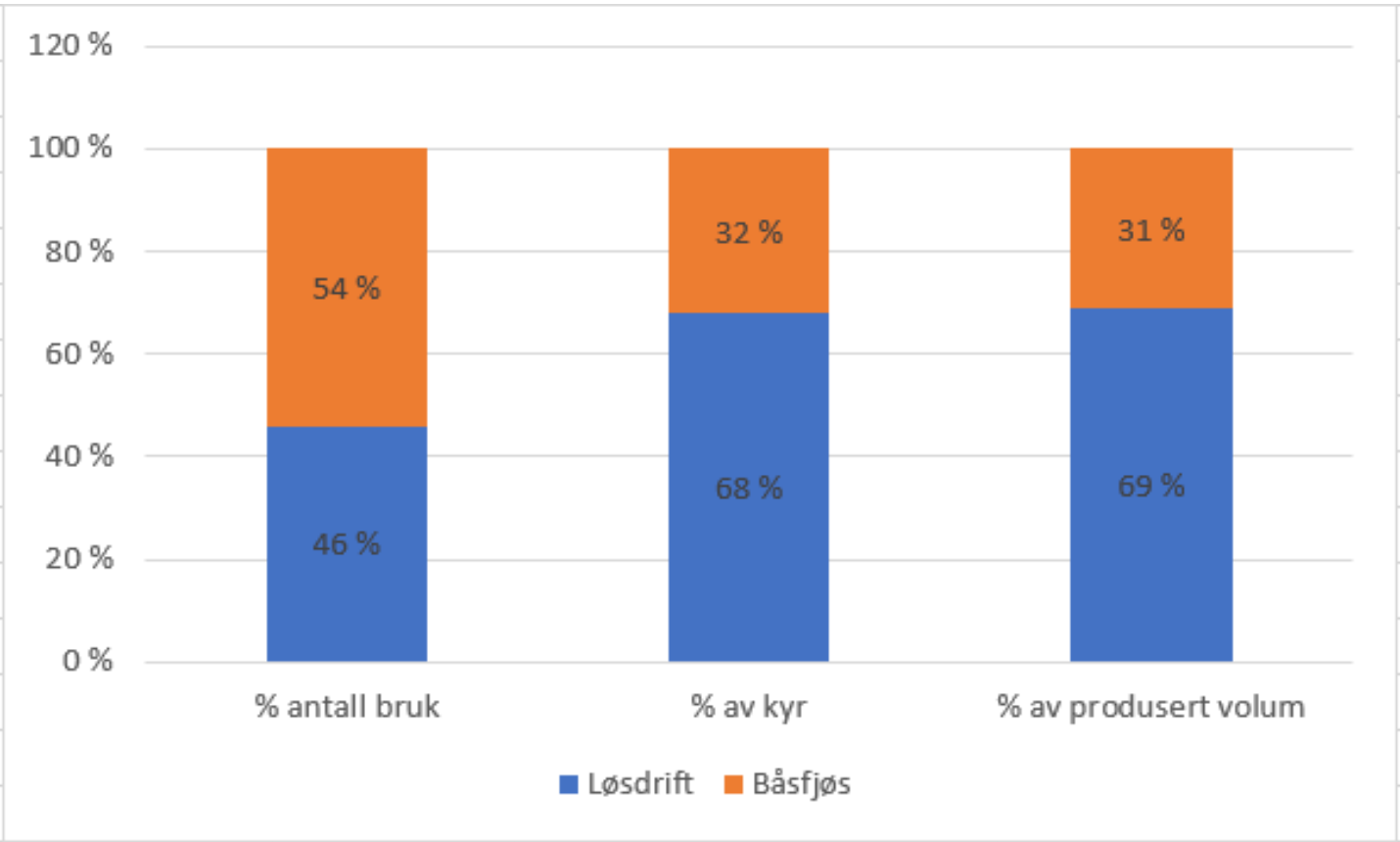
Å flytte inntransportsdekningen over på budsjettmidler på samme måte som kjøtt og korn vil frigjøre midler til å øke norske melkeprodusenters konkurransekraft.

# Til diskusjon

- Konkurransopolitiske virkemidler – hvordan kan dere som produsentlag jobbe lokalt for å synliggjøre utfordringene knyttet til konkurransekraft for norsk melk, og de konkurransopolitiske virkemidlene?
- Ser dere noen fordeler og ulemper ved dagens finansiering av inntransporttilskuddet gjennom PU, kontra kjøtt og korn som finansieres over statsbudsjettet (jordbruksavtalen)?



# Andel produsenter, kyr og produksjon fordelt på båsfjøs og løsdrift i 2021



# Regjeringserklæringa sier

I Hurdalsplattformen fastslår regjeringspartene at de skal «*Styrke investeringsverkemidla i jordbruket med midlar utanfor jordbruksavtalen. Dette skal skje gjennom ei investeringsordning som blant anna skal målrettast mot små og mellomstore mjølkebruk, for å følgje opp lausdriftskravet. Ordninga skal startast allereie i statsbudsjettet for 2022.*»

## Til diskusjon:

- Hvilke virkemidler må styrkes, eventuelt etableres for å sikre investeringer på små og mellomstore bruk for å lykkes med omstillingen til løsdrift?
- Hvordan bør statlige investeringsmidler prioriteres i framtida slik at vi får med flest mulig fram mot og etter 2034?



# Kvoteordningen

I Hurdalsplattformen er det spesifisert at regjeringspartene skal vurdere tiltak for å redusere kvotekostnadene og redusere andelen leid kvote.

I den forbindelse er det satt ned ei egen kvotegruppe som skal kartlegge utviklingen i produksjon på flere kvoter og ulike måter å disponere flere kvoter på innenfor dagens regelverk.

Produsentlag som allerede har sendt inn sine forslag og kommentarer til arbeidet med kvoteordningen trenger ikke gjøre dette om igjen.

## Til diskusjon:

- Hvilke tiltak vil du foreslå for å redusere kvotekostnaden?
- Hvilke tiltak kan øke andelen eide kvoter
- Hva blir konsekvensene for den aktive mjølkeprodusenten av de ulike tiltakene?





# Strategi - geit

Som en del av ny vekststrategi for ost fram mot 2025, har TINE satt seg som mål å øke kommersiell anvendelse og styrke lønnsomheten til geitemelk. Strategien legger et forholdstall på 0,94-0,96 til grunn, med et mer langsiktig mål om å bringe forholdstallet opp i 1.

Strategien legger opp til høyere grad av anvendelse av geitemelk i volumprodukter som Gudbrandsdalsost – og en sterk kobling til arbeidet med å sikre at flere yngre forbrukere får øynene opp for brunost. Samtidig skal det jobbes for at Ekte Hvit Geitost blir en hverdagsost for flere under merket Snøfrisk. Det samme gjelder en salatost basert på høy andel geitmelk. Også geitemelkbaserte spesialoster vil få fokus gjennom etableringen av TINE Ysteriene – et nytt paraplymerke for spesialoster fra TINE.

*Selv om det har vært gjort et fantastisk arbeid med råvaren fra produsentenes side, så har rene geitemelkprodukter en barriere knyttet til smak hos forbrukerne. Hovedfokus legges på de produkter vi mener har best forutsetninger for å lykkes.*



# Geit



Både melk og kjøtt er en ressurs fra geitemelksproduksjon.

Selv med et økende fokus på oppforing av kje til slakt blir det fortsatt avliva en god del kje etter fødsel, noe som er lite bærekraftig matproduksjon og en potensiell omdømmerisiko for oss.



## Til diskusjon:

- Det er få, og stadig færre, melkegeitbesetninger i Norge. Hvilke landbrukspolitiske tiltak kan bidra til å ivareta melkegeitnæringa?
- Hva vil være det mest effektive virkemidlet for å øke andelen kje som blir fôra opp til slakt?



# Bærekraft

Bærekraft er obligatorisk i TINE. Styret vedtok i mars 2020 et langsiktig mål om at alt fôr til norske melkekyr er produsert i Norge.

TINE skal i årene framover jobbe hardt for at stadig mer av fôret norske melkekyr spiser, er produsert i Norge. Dette krever et godt samspill mellom melkeprodusentene, rådgiverne og kraftfôrprodusentene.

## Til diskusjon:

- Hvilke landbrukspolitiske virkemidler vil bidra til å øke norskandelen?
- Hvordan kan landbrukspolitiske virkemidler bidra til bedret bærekraft i vår produksjon?

# Andre moment

- Kommer dere på andre landbrukspolitiske tiltak som både kan løses gjennom jordbruksavtalen og bidra til framtidens melkeproduksjon i Norge?



# «Lekse i produsentlagene»

- **Lag en argumentsliste for de viktigste TINE-sakene som dere ønsker å formidle til faglagene lokalt til jordbruksforhandlingene**
- **Planlegg hvordan dere vil kommunisere disse argumentene til de lokale faglagene**





## Bakgrunnsstoff

- Landbrukspodden: Hva er prisutjevningsordninga på melk, og hvordan fungerer den?  
<https://pod.space/landbrukspodden/hva-er-prisutjevningsordninga-pa-melk-og-hvordan-fungerer-den>
- Prognoser for ku-og geitemelk:  
<https://www.tine.no/markedsregulator/fakta-og-prognoser/prognoser-kumelk-og-geitemelk>
- Mer om RÅK/Protokoll 3-varer:  
<https://www.landbrukarena.no/fag/hva-er-rak/>